Série des modules obligatoires

Modules obligatoires généraux

FOR 0001	Plan de formation personnel
ANI 1001	Animation d'un groupe de personnes
ANI 1002	Les jeunes d'abord
ANI 1003	Communication efficace
SOC 1004	Adultes dans le scoutisme
SOC 1005	Principes fondamentaux du scoutisme
SOC 1006	Développement spirituel
SOC 1007	Structure et organisation du Mouvement scout
SOC 1008	Histoire du Mouvement scout
SOC 1009	Scoutisme dans la communauté
GES 1010	Gestion d'un groupe scout
GES 1011	Sécurité et assurances
GES 1012	**FINANCEMENT 1**

Modules obligatoires pour l'obtention du Badge de Bois

(L'un ou l'autre des cinq modules suivants)

ANI 1021	Les jeunes de 7-8 ans
ANI 1022	Les jeunes de 9-11 ans
ANI 1023	Les jeunes de 11-14 ans
ANI 1024	Les jeunes de 14-17 ans
ANI 1025	Les jeunes de 17-21 ans
ANI 1026	Programme des jeunes 1
ANI 2026	Programme des jeunes 2
ANI 3026	Programme des jeunes 3
ANI 1027	La relation adulte/jeune
TEC 1028	Le jeu dans le scoutisme
TEC 1029	Pédagogie des techniques
TEC 1030	Camps et sorties

Modules obligatoires pour l'obtention du Nœud de Cabestan violet

ANI 1041	Animation des adultes
GES 1042	Gestion des ressources adultes 1
GES 1043	Recrutement des adultes
GES 1044	Gestion financière 1
GES 1045	Gestion de l'information 1
GES 2012	Financement 2
TEC 1046	Tenue d'une réunion
TEC 1047	Recrutement et accueil des jeunes

ASSOCIATION DES SCOUTS DU CANADA

Module faisant temporairement office de:
GES-0014: Le financement des organismes à but non lucratif

FORMATION MODULAIRE

Financement 1

GES 1012

Deuxième édition
Janvier 2000

Objectifs du module FINANCEMENT 1

Objectif général

Comprendre l'importance du financement des activités du Mouvement scout dans la perspective des valeurs scoutes.

Objectifs particuliers

1. Connaître les éléments déterminants pour le choix des activités de financement.
2. Connaître l'éventail des possibilités d'activités de financement compatibles avec les valeurs scoutes.
3. Planifier quelques activités de financement.
4. Connaître la notion de partage des revenus et les risques reliés à la concurrence interne en matière de financement.

Avertissement

Les documents de l'Association des Scouts du Canada sur la formation modulaire sont destinés à la *formation* des adultes de l'Association. Bien qu'ils fassent référence à des politiques et à des règlements officiels de l'Organisation mondiale du Mouvement scout et de l'Association des Scouts du Canada, ils ne remplacent pas ces politiques et règlements officiels et ne sauraient être interprétés comme tels.

Sommaire

CONTENU 3

Matière 3

1. Définition et finalité du financement d'un groupe scout 3
2. Des valeurs à respecter 4
3. Les différentes activités de financement 4

Les campagnes de souscription 5
Les «…thons» 6
Les événements spéciaux 7
La vente d'articles ou de services 8

4. Le partage des ressources 10

Coordination 10
Le «réseautage» 11

Pédagogie 11

Sources et ressources 12

ÉVALUATION FORMATIVE .. 12

Note. *Pour alléger le texte et en faciliter la lecture, le genre masculin des noms de postes ou de fonctions inclut les genres féminin et masculin.*

Ce module de formation scoute a été conçu à l'usage des adultes de l'Association des Scouts du Canada engagés dans un processus de formation structuré. Il peut être reproduit à des fins de formation ou de documentation pourvu que la source soit mentionnée.

©2000, Association des Scouts du Canada

Contenu du module FINANCEMENT 1

MATIÈRE

1. Définition et finalité du financement d'un groupe scout

L'objectif du financement est de recueillir des fonds pour payer les coûts engendrés par les activités des unités ou du groupe, l'achat de matériel, la formation des bénévoles, la promotion et le recrutement.

Le financement doit être considéré comme un outil essentiel de gestion d'un groupe scout. L'objectif du financement est de recueillir des fonds pour payer les coûts engendrés par les activités des unités ou du groupe, l'achat de matériel, la formation des bénévoles, la promotion et le recrutement.

La première étape consiste donc à évaluer les besoins financiers du groupe à partir de la planification des activités de l'année. Une fois cette évaluation faite, on choisira les activités de financement les plus susceptibles de répondre aux besoins.

Une activité de financement peut se préparer et se vivre de mille et une façons. Il suffit de trouver celle qui convient au groupe, à ses objectifs et à son milieu. L'organisation peut s'avérer facile ou fastidieuse et la réalisation, emballante ou d'un ennui mortel.

La contribution du groupe et des parents reste à la base de toute activité de financement.

À l'exception des branches Pionniers et Scouts-Aînés, la contribution du groupe et des parents reste à la base de toute activité de financement. Par ailleurs, si l'on veut obtenir la participation des jeunes lors de la réalisation, on doit tenir compte de leur âge et de leur degré de motivation.

Quelle que soit l'activité de financement choisie, les jeunes et les parents ont besoin d'être motivés pour y participer. Pour les parents, la diminution réelle des coûts d'inscription pour l'année ou pour les camps demeure la principale source de motivation. Quant aux jeunes, ils doivent avoir l'occasion de s'amuser et d'être valorisés au cours de l'activité. Ils doivent aussi être en mesure de faire un lien direct entre les fonds recueillis et les activités qu'ils vivront.

Par ailleurs, une bonne connaissance du milieu est essentielle. Certaines activités réussiront très bien dans une municipalité mais pas dans une autre. De plus, comme on risque de retrouver le même public d'une activité de financement à l'autre, il vaut mieux veiller à s'assurer leur contribution future en leur offrant un service de qualité et un contact personnalisé.

2. Des valeurs à respecter

Toute activité de financement doit être conforme aux valeurs véhiculées par le Mouvement scout.

Toute activité de financement doit être conforme aux valeurs véhiculées par le Mouvement scout. On ne saurait choisir un mode de financement qui risquerait de ternir l'image du scoutisme.

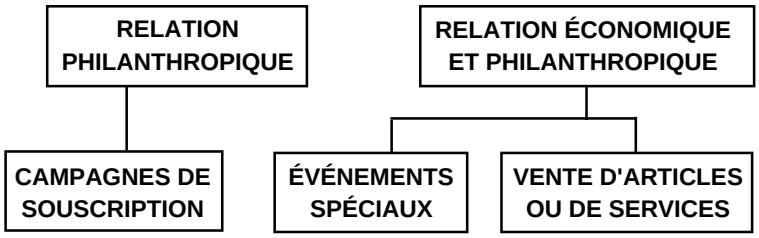
Toute activité où les jeunes ou les adultes pourraient se trouver placés dans des situations portant atteinte à leur dignité sera rejetée. On veillera à éviter la vente de produits qui vont à l'encontre de valeurs scoutes (comme des produits non écologiques ou nocifs pour la santé) ou qui risqueraient d'associer le scoutisme à une orientation idéologique ou politique.

Par ailleurs, une activité de financement ne doit pas devenir un but en soi. Il ne faut jamais perdre de vue que le financement doit servir exclusivement aux activités d'animation et au développement du groupe scout.

3. Les différentes activités de financement

Les activités de financement peuvent se regrouper en trois catégories, en fonction du type de relations qui s'établit avec les donateurs: les campagnes de souscription, les événements spéciaux et la vente d'articles ou de services[1].

ACTIVITÉS DE FINANCEMENT



La relation avec les donateurs est strictement de nature philanthropique lors d'une campagne de souscription alors qu'elle est à la fois philanthropique et économique lors d'un événement spécial ou de la vente d'un article ou d'un service.

[1] Chabot, R. et M. Légaré, *Réussir sa campagne de financement*, pages 7 à 13.

Les campagnes de souscription

Une campagne de souscription se définit comme une activité structurée et organisée dans le but de solliciter des dons qui serviront à financer les activités du groupe.

Une campagne de souscription se définit comme une activité structurée et organisée dans le but de solliciter des dons qui serviront à financer les activités du groupe. Généralement, on fait une campagne de souscription une fois par année. Dans ce type de financement, le donateur ne reçoit aucun avantage matériel ni aucun privilège en échange de son don. Il donne uniquement parce qu'il est sensibilisé à la cause de l'organisme.

Il y a plusieurs types de dons selon leur provenance:

Dons individuels. Il peut s'agir de dons en argent, en matériel, en valeurs immobilières (terrain ou bâtiment) ou en services. On inclut aussi dans cette catégorie les legs testamentaires ou les dons d'une police d'assurance sur la vie. Dans ce dernier cas, le donateur achète une police d'assurance sur sa vie et nomme l'organisme comme bénéficiaire.

Dons corporatifs. Les compagnies peuvent faire des dons à un organisme comme un groupe scout. Encore une fois, il peut s'agir de dons en argent, en services, en produits ou en expertise. Il est recommandé de fixer un montant d'argent réaliste lors de la demande ou de préciser le matériel ou les services qu'on espère obtenir. Il ne faut pas confondre le don corporatif avec la commandite dont nous parlerons plus loin.

Fondations. On compte plus de 650 fondations au Canada dont l'objectif est de recueillir des fonds pour financer des causes humanitaires. Chaque fondation se consacre à une cause particulière. Lors d'une campagne de souscription, le groupe devra donc cibler les fondations vouées à la jeunesse ou à l'éducation. En théorie, tout ce qui est nécessaire pour obtenir un don se résume au choix d'une fondation intéressée par l'éducation de la jeunesse et à une demande bien écrite. Le Canadian Center for Philanthropy publie chaque année un répertoire des fondations canadiennes.

Associations de charité. Certaines associations de charité organisent des campagnes de financement et distribuent les fonds recueillis à d'autres organismes. Parmi ces associations on retrouve les Clubs Optimistes, les Lions et les Chevaliers de Colomb. On peut se renseigner auprès de ces associations sur les conditions d'attribution et, le cas échéant, faire une demande par écrit. Par ailleurs, plusieurs grandes sociétés ont une fiducie de charité constituée par les employés. On peut solliciter ces fiducies lors d'une campagne de souscription.

Il est intéressant de connaître les principales motivations qui incitent un individu ou une entreprise à faire un don:

- avoir une bonne image de soi;
- la recherche de la gratitude;
- le besoin d'appartenance à un groupe et de partager avec lui des intérêts et des valeurs communes (on retrouve cette motivation particulièrement chez les anciens scouts);
- se sentir important du fait qu'on nous demande quelque chose;
- l'adhésion à une cause;
- le retour sur l'investissement (avantages fiscaux);
- le simple plaisir de donner.

Parmi les techniques de sollicitation, on retrouve le publipostage (par écrit), le télémarketing (par téléphone) et la sollicitation avec représentant (par entrevue). Le module GES 2012 *Financement 2* abordera ces moyens. Notons ici que plus le contact est direct avec un donateur éventuel, meilleures seront les chances d'obtenir sa contribution.

Il peut être utile de créer une habitude chez les donateurs en les sollicitant année après année à la même période. Les donateurs se souviennent de ceux qui les sollicitent et ceux qui ont déjà donné ont tendance à donner à nouveau pour la simple raison que l'entreprise ou l'individu qui les sollicite ne leur est pas totalement inconnu. Ils développent à la longue un sentiment de solidarité avec la cause. C'est ainsi qu'on peut constituer une banque de donateurs.

On n'oubliera jamais de remercier les donateurs par écrit et de façon personnalisée. Lorsque c'est possible, on publie la liste des donateurs dans le journal du quartier. D'autres moyens peuvent aussi s'avérer très appréciés des donateurs plus importants: plaque commémorative, cadeau symbolique, invitation à un événement, décoration spéciale, etc.

On n'oubliera jamais de remercier les donateurs par écrit et de façon personnalisée.

Finalement, on fera en sorte d'informer les donateurs sur les activités réalisées grâce à leur don ainsi que sur l'ensemble de la vie du groupe. En leur envoyant un bulletin d'information, une photo ou un journal de groupe à quelques reprises au cours de l'année, on maintient leur intérêt et on prépare le terrain pour la prochaine campagne de souscription.

Les «…thons»

Certaines activités de financement visent à attirer l'attention par un caractère original ou fantaisiste. Elles plaisent aux jeunes qui les réalisent par leur côté ludique et par le défi qu'elles constituent souvent: ce sont les «…thons», comme les quillothons, cyclothons, marchethons, bercethons, etc.

Le but principal de telles activités est de recueillir des dons proportionnels à l'effort fourni par des participants bénévoles. Dans le cas d'un cyclothon par exemple, le donateur s'engage à remettre un certain montant pour chaque kilomètre parcouru.

Par ailleurs, les «thons» sont très souvent suivis de soirées ou de fêtes populaires auxquelles sont invités les parents et amis. De plus, on sollicite souvent la participation de commanditaires. Dans ces cas-là, les «thons» se retrouvent à mi-chemin entre la campagne de souscription et l'événement spécial.

Les événements spéciaux

L'événement spécial est une activité sociale et récréative réalisée dans le but de recueillir des fonds.

Un événement spécial est une activité sociale et récréative réalisée dans le but de recueillir des fonds. Les groupes scouts peuvent organiser ainsi une multitude d'événements spéciaux :

- casino,
- rallye,
- kermesse,
- encan chinois,
- brunch,
- spectacle,
- soirée vins et fromages,
- repas bénéfice,
- soirée dansante,
- bazar,
- défilé de mode,
- bingo,
- tournoi de golf.

Certaines personnes qui ne sont pas intéressées à contribuer à une campagne de souscription seront plus disposées à le faire lors d'un événement spécial. Le fait d'obtenir quelque chose en retour, de rencontrer d'autres personnes, de passer un moment agréable suscite une motivation inexistante dans le cas d'une campagne de souscription.

Il est relativement facile de solliciter des commanditaires pour un événement spécial.

Il est relativement facile de solliciter des commanditaires pour un événement spécial. Des boutiques de vêtements n'hésiteront pas à prêter des vêtements pour un défilé de mode. Une compagnie de produits alimentaires acceptera facilement de contribuer gracieusement au repas. Une imprimerie sera probablement intéressée à produire le matériel promotionnel pour annoncer l'événement.

Cependant, il ne faut jamais oublier qu'un commanditaire, contrairement à un donateur, ne contribue pas gratuitement. Pour lui, la commandite est un investissement au même titre que la publicité ou les relations publiques. Une commandite qui s'inscrit dans un environnement philanthropique atténue mais n'exclut pas la poursuite d'un but commercial. En échange de sa contribution, le commanditaire s'attend à obtenir une certaine visibilité. Aussi, il faut prévoir un espace dans le matériel promotionnel pour inscrire la liste des commanditaires. De plus, on ne manquera pas de rappeler leur contribution tout au long de l'événement par des affiches arborant leurs logos ou des remerciements publics.

En échange de sa contribution, le commanditaire s'attend à obtenir une certaine visibilité.

Toutefois, une certaine vigilance est de mise. Comme les commanditaires associent leur nom au scoutisme à des fins publicitaires, il est très important de bien les choisir. L'image rattachée à une entreprise comme à ses produits ne doit pas aller à l'encontre des valeurs véhiculées par le scoutisme. De plus, le fait que le scoutisme est un mouvement qui se consacre à l'éducation de la jeunesse oblige les organisateurs d'un événement spécial à écarter tout commanditaire dont les produits vont à l'encontre des objectifs éducatifs scouts.

Finalement, il faut préciser que plusieurs des événements spéciaux mentionnés précédemment sont sujets à des règlements municipaux. Dans plusieurs cas, il faudra se procurer les permis requis: permis d'alcool, permis de loterie, etc. On se renseignera auprès de sa municipalité.

La vente d'articles ou de services

La vente d'articles ou de services exige un réseau de vendeurs, constitué généralement par les jeunes du mouvement et leurs parents. Ce type d'activité de financement demande un investissement de la part du groupe, ce qui occasionne un risque financier. On doit se renseigner sur les conditions de retour au cas où la marchandise ne serait pas vendue en totalité

Pour être efficace, une vente d'articles ou de services doit rejoindre un vaste marché, ce qui n'est pas toujours possible pour un groupe scout. Certains centres commerciaux ou grands magasins ainsi que des succursales bancaires ou des caisses populaires acceptent de mettre un espace à la disposition des organismes sans but lucratif pour faire de la promotion ou de la vente. On peut généralement y installer un kiosque ou un comptoir pour la durée de la campagne. Les autres moyens de distribution demeurent le porte-à-porte et les contacts personnels.

Pour être efficace, une vente d'articles ou de services doit rejoindre un vaste marché.

Parmi les articles ou services qu'un groupe scout peut vendre, on retrouve:

Articles

- chocolat,
- macarons,
- épices,
- gâteaux,
- biscuits,
- miel,
- fleurs ou rameaux,
- calendriers,
- épinglettes,
- billets de tirage,
- t-shirts.

Services

- emballage de cadeaux de Noël,
- gardiennage,
- lave-auto,
- cantine de hot-dogs,
- déneigement,
- vestiaires lors de soirées,
- nettoyage et ménage,
- distribution de dépliants,
- travaux domestiques divers.

Quel que soit le produit ou le service choisi, il faut tenir compte de différents facteurs:

- recevoir l'appui des parents,
- offrir un produit de consommation en demande,
- fixer un prix concurrentiel,
- pouvoir s'approvisionner facilement,
- choisir un produit non périssable ou facile à conserver,
- déterminer une période de l'année propice à la vente,
- fixer un temps limite à la vente,
- disposer d'un local pour entreposer la marchandise,
- avoir des outils de promotion et les utiliser,
- déterminer des moyens de contrôle des ventes.

La vente de billets de tirage peut être très profitable, mais il faut observer plusieurs règlements et obtenir les permis requis.

La vente de billets de tirage peut être très profitable, mais il faut observer plusieurs règlements et obtenir les permis requis. S'il s'agit d'un tirage modeste lors d'une soirée ou d'un autre événement spécial, il n'y a généralement pas de problème. Il s'agit le plus souvent de prix de présence peu coûteux, que l'on peut obtenir en commandite, ou parfois même de prix symboliques ou humoristiques. De plus, la vente se fait sur place dans un délai très court. Les tirages de plus grande envergure, comme le tirage d'une automobile ou d'un voyage, demandent une organisation solide et des bénévoles déterminés.

L'offre de service a l'avantage de ne pas être une vente, ce qui peut être plus valorisant pour les jeunes qui n'aiment pas toujours faire du porte-à-porte. On peut offrir des services à deux types de clientèle: les individus (lave-auto, gardiennage, vestiaire, etc.) et les entreprises (distribution de dépliants, travaux divers). Ce type de moyen de financement exige très peu d'investissement de la part du groupe.

L'offre d'un service doit tenir compte des limites physiques et psychologiques des jeunes qui auront à travailler pour collecter les fonds souhaités.

Il faut cependant tenir compte des limites physiques et psychologiques des jeunes qui auront à travailler pour collecter les fonds souhaités. Un bon système de roulement des bénévoles est nécessaire. On prévoira également divers mécanismes d'encouragement pour stimuler les jeunes: petits cadeaux, surprises, fête à la fin de l'activité, etc.

4. Le partage des ressources

Le financement est un moyen et non un but. Et ce moyen doit servir la cause du scoutisme en favorisant à la fois l'organisation d'activités éducatives pour les jeunes et le développement du Mouvement scout dans le milieu. Il est donc essentiel de veiller à un partage équitable des ressources.

Le financement est un moyen et non un but, qui doit servir la cause du scoutisme.

Cela signifie entre autres que le groupe ne doit pas favoriser certaines unités ou certains groupes d'âge au détriment des autres. Bien sûr, le conseil de groupe peut tenir compte de l'âge des jeunes et de leurs besoins, mais il doit s'assurer que toutes les unités sont en mesure de réaliser leur programme d'activités.

Lorsqu'une activité de financement du groupe requiert la participation de plusieurs unités, il est souhaitable de bien déterminer *au préalable* le mode de répartition des revenus. Après l'activité, on s'en tiendra au partage prévu. On prévient ainsi des conflits aussi inutiles que destructeurs qui pourraient s'ensuivre.

Coordination des initiatives des unités

Le groupe veillera également à coordonner les efforts de financement de chaque unité. Dans certains groupes, les unités doivent assurer une partie de leur financement; on incite même les postes et les carrefours à autofinancer entièrement leurs activités. Il est donc très important de s'assurer que l'activité de financement d'une unité n'entrera pas en conflit avec une activité du groupe ou d'une autre unité. C'est pourquoi le plan de financement détaillé du groupe doit inclure *toutes* les activités de financement, y compris celles des unités. Ce plan est habituellement élaboré en début d'année scoute.

Le plan de financement détaillé du groupe doit inclure toutes les activités de financement, y compris celles des unités.

Par ailleurs, il est souhaitable que les groupes d'un même secteur ou d'une même région coordonnent leurs efforts de financement. Une rencontre entre conseils de groupes voisins dès le début de l'année scoute peut contribuer à prévenir bien des problèmes. De même, au cours de l'année, il est sage de s'informer mutuellement des changements aux initiatives de finacement prévues. Les territoires respectifs seront bien délimités afin que les groupes ne sollicitent pas abusivement le même public, ce qui nuirait inévitablement à tous. Chaque district détient habituellement une carte des territoires dévolus aux groupes scouts qui se trouvent sous son autorité.

Pour terminer, ajoutons que deux ou plusieurs groupes d'un même secteur ou d'une même région peuvent avoir intérêt à unir leurs ressources pour réaliser conjointement des activités de financement. En déterminant au préalable la répartition des revenus, en fixant des règles de fonctionnement claires, on peut décupler ses forces… et ses profits.

Deux ou plusieurs groupes d'un même secteur ou d'une même région peuvent avoir intérêt à unir leurs ressources pour réaliser conjointement des activités de financement.

Le «réseautage» est une autre stratégie de financement efficace.

Le «réseautage»

Il est possible de conclure le même genre d'entente avec d'autres organismes (non scouts) et de constituer ainsi un *réseau.* Le réseau est devenu une stratégie de plus en plus répandue qui vise à renforcer l'influence sur l'environnement en alliant les forces et les différences de chacune de ses composantes.

Pour que le réseau soit profitable à tout le monde, il importe de bien déterminer les objectifs, les rôles, les pouvoirs et les responsabilités de chaque partenaire. Si l'on considère que certaines choses ne sont pas négociables, il faut les préciser dès le départ.

Le «réseautage» exige aussi une certaine prudence quand vient le temps de choisir ses partenaires. Généralement, il vaut mieux officialiser les ententes par écrit. Malgré tout, un réseautage efficace reste basé sur la confiance.

Le réseautage constitue une avenue intéressante et riche en possibilités que tout groupe scout peut explorer.

PÉDAGOGIE

Seul ou en équipe, vous pouvez :

- dresser l'inventaire des activités de financement réalisées par un groupe au cours des trois dernières années et en faire le bilan;
- faire l'analyse des besoins en financement d'un groupe et mesurer l'écart entre la situation actuelle et la situation désirée;
- constituer une banque de donateurs;
- sélectionner quelques compagnies qui pourraient devenir des commanditaires;
- faire la liste de quelques activités de financement en tenant compte des ressources disponibles, des capacités des jeunes, de l'investissement requis et des valeurs du Mouvement scout;
- examiner les possibilités de réseautage dans votre milieu.

SOURCES ET RESSOURCES

CANADIAN CENTER FOR PHILANTHROPY (THE), ***Canadian Directory To Foundations***, Toronto, édition revue annuellement.

CHABOT, R. et M. LÉGARÉ, ***Réussir sa campagne de financement - Guide pratique pour les organismes sans but lucratif***, Cabinet-conseil Légaré & Chabot, 1988.

COMITÉ PROVINCIAL DE PRÉVENTION DE LA CRIMINALITÉ ÉCONOMIQUE,***Code d'éthique en matière de sollicitation et de cueillette de dons***, Montréal, 1992.

DE LA CHEVROTIÈRE, G. et G. ARSENAULT, ***Votre Corporation sans but lucratif***, Les Publications du Québec, Québec, 1985.

DROTNING, P. T. ***500 Ways for Small Charities to raise Money***, New York, Public Service Material Center, 1981.

MAC LEOD, C. ***Non-Profit and Charitable Consideration in Canada: a Review of Techniques and Ethical Consideration***, Montréal, Projet Culte, 1986.

SAHNOUN, P. ***Le sponsoring - Mode d'emploi***, Chotard & Associés Éditeurs, Paris, 1986.

Évaluation formative du module FINANCEMENT 1

1. Indiquez au moins trois éléments dont un groupe scout doit tenir compte pour choisir des activités de financement.

2. Quelles sont les trois grandes catégories d'activités de financement?

3. Nommez trois activités de financement et, pour chacune, indiquez les modalités d'organisation: ressources humaines, financières et matérielles requises, participation des jeunes s'il y a lieu, préparation, déroulement, suites…

4. Rédigez une lettre de sollicitation en vue d'obtenir un don corporatif.

5. Élaborez une entente permettant d'assurer un partage des revenus équitable entre les unités d'un groupe.